HOMELAND


'13

Al menos el **90%** de nuestros bloques en PT duran menos de 6 minutos

Publicidad Convencional. Prime Time: 20:30-24:30.

HOMELAND



'13





HOMELAND

'13



HOMELAND

'13

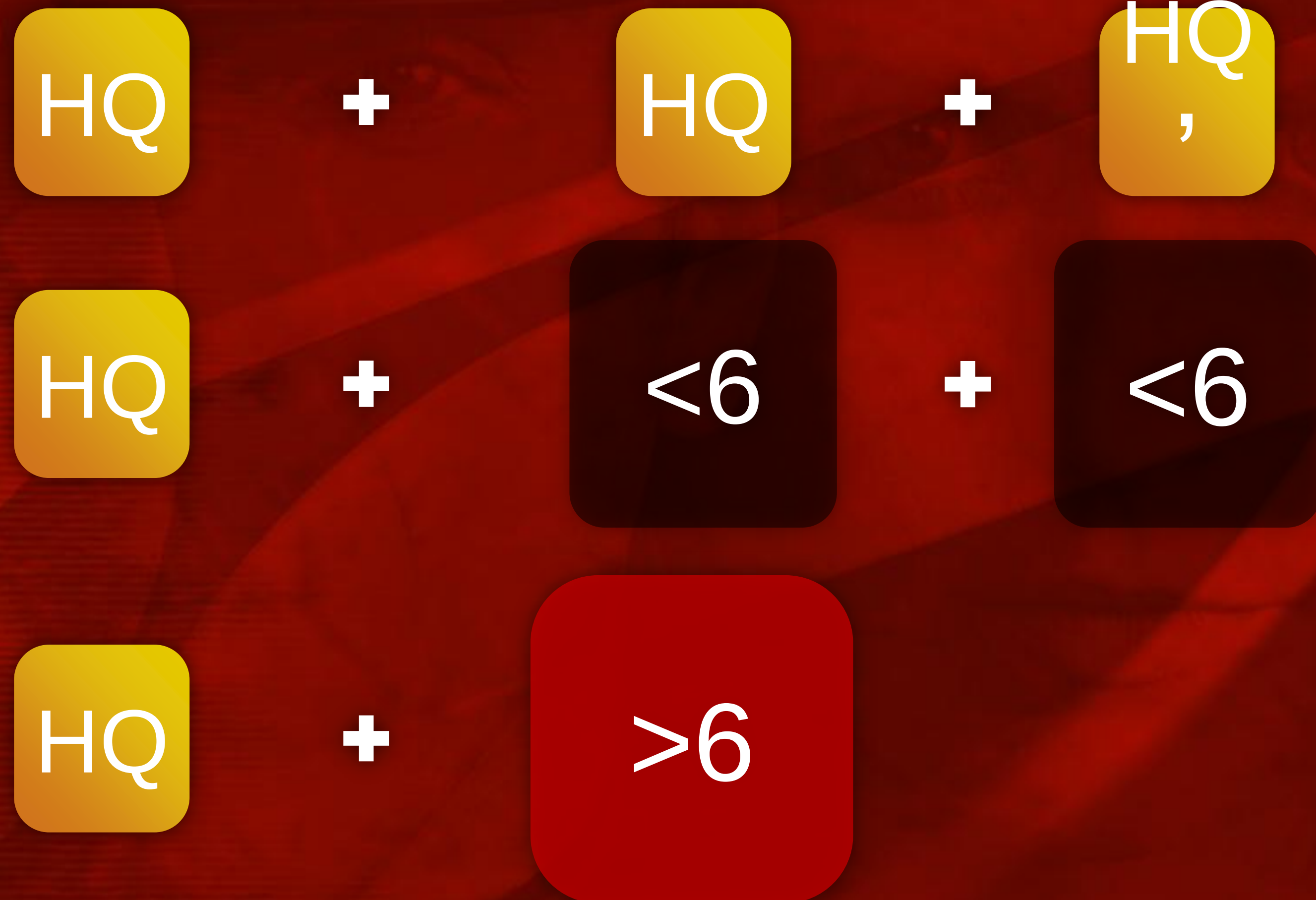

HOMELAND
'13

Cualitativo

Cuantitativo

Objetivos

Contexto publicitario



HOMELAND

Metodología

483 entrevistas

Espectadores de Homeland vs espectadores Prime Time Telecinco, Antena 3 y La Sexta

Periodo: 24-29 abril

Instituto Mira Investigación y Netquest

HOMELAND

'13



Percepción y opiniones del espectador

HOMELAND

'13

Percepción y opiniones del espectador

Cantidad de anuncios emitidos durante el programa: *¿cuántos te parece que ha habido?*

Porcentaje de aceptación

66%



47%



Espectadores Homeland

Resto Espectadores

La publicidad se acepta

Percepción y opiniones del espectador

Nº de bloques/ cortes que ha habido a lo largo del programa: *¿te parece…?*

Índice de aceptación (perfecto, bueno)

186



100%

Espectadores Homeland

Resto Espectadores

La cantidad precisa

Percepción y opiniones del espectador

Duración de los bloques: *¿te parece…?*

Índice de aceptación (perfecto, bueno)

231



100%

Espectadores Homeland

Resto Espectadores

%"Me parece que la duración es perfecta"

12%



1%

Espectadores Homeland

Resto Espectadores

La duración adecuada

Percepción y opiniones del espectador

Momentos del programa en que han aparecido los cortes: *¿te parece…?*

Índice de aceptación (perfecto, bueno)

178



100



Espectadores Homeland

Resto Espectadores

En el momento oportuno

Percepción y opiniones del espectador

Como quizás sepas, Cuatro emite bloques de sólo tres anuncios durante la serie HOMELAND. Como espectador, *¿hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes frases?*

Resto de Espectadores

Como espectador agradecería este tipo de bloques	49%
Todas las cadenas deberían hacer lo mismo	51%

TOP BOX, % puntúa 7/10 escala 0/10

Y al resto le gustaría que fuera así

Percepción y opiniones del espectador

Relación entre la publicidad percibida y la aceptación de la misma



Para el 25% de los espectadores de Homeland, todos los cortes han sido muy cortos y se valoran muy positivamente



Eficacia del formato

HOMELAND

‘13

Notoriedad por tipo de bloque

NOTORIEDAD total

Índice recuerdo



El recuerdo de los bloques HQ es muy superior a los bloques standard

Notoriedad por tipo de bloque

NOTORIEDAD total



x4

Notoriedad por tipo de bloque

NOTORIEDAD total

Índice recuerdo



El entorno publicitario influye en la notoriedad de los HQs

Notoriedad por tipo de bloque

NOTORIEDAD total de marcas comunes en distintos tipos de bloque

Índice recuerdo

+182%



Hq+bloque > 6’



+325%



1º pos. en bloque > 6’



iPhone 5

SEAT

Más cualitativo que lo “ya” cualitativo

Conclusiones

La publicidad emitida en Homeland se diferencia clara y positivamente de la de otros programas

Los bloques #3spots se perfilan como la mejor forma de emitir publicidad

El entorno en el que se situa el bloque condiciona la eficacia de la publicidad

Los spots emitidos en Homeland se recuerdan hasta 4 veces más

Los HQs seguidos de bloques de menos de 6 minutos son más eficaces que los HQs seguidos de bloques de más de 6 minutos

HOMELAND

'13